

ЦЕННОСТЬ ДОВЕРИЯ КАК «СКРЕПЫ» КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ СОВРЕМЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

Ю. Л. Петров^а, Г. И. Петрова^б

^а *Национальный исследовательский Томский политехнический университет
Россия, 634050, Томск, пр. Ленина, 30*

^б *Национальный исследовательский Томский государственный университет
Россия, 634050, Томск, пр. Ленина, 36;
seminar_2008@mail.ru*

Аннотация. В данной концептуальной статье констатируется расслоение единства корпоративной культуры современного университета как его традиционной культурной базы на институционально-административную (реализующую «третью миссию» университета и несущую тенденцию его трансформации в бизнес-корпорацию) и культуру профессорско-преподавательскую (сохранившую традиционные университетские функции) и предлагаются пути устранения этого расслоения.

Авторы обосновывают роль и значение мировоззренческой установки корпоративной культуры университета на доверие как «скрепы» его расслоенной культурной базы, сохраняющей баланс между традиционной университетской миссией и миссией современной (понятие «скрепы» заимствовано у российского исследователя Л. Гудкова, использующего эту категорию для обозначения механизма, скрепляющего общество в единство и целое).

Методология концептуальных рассуждений базируется на социокультурном подходе, предлагающем рассматривать изменения любого социального института в контексте ответа на вызов глобализованного мира сетевых структур и рыночных отношений.

В статье выявляются причины и последствия рассогласованности культурной базы университета. Коммуникативная рациональность как стиль научного и философского мышления, инициирующий построение современных социальных онтологий, обосновывается в качестве инструмента возможной комплементарности («скрепы») институционально-административной и профессорской культур университета. Аргументируется, что сегодня доверие обнаруживает свое не только психологическое, но онтологическое и эпистемологическое значение, ориентируя обе составляющие корпоративной культуры на единство в реализации как исследовательской, образовательной миссий университета, так и его «третьей миссии».

Научная новизна статьи заключается в том, что в ней дается определение университетской корпоративной культуры, ориентированной на формирование у студентов доверия как ключевого фактора сохранения жизни в современном мире с его идеологической, экономической и политической напряженностью. На этом основании и предлагается формировать стратегию управления университетом и осуществлять перестройку учебного процесса.

Ключевые слова: университет, корпоративная культура, институционально-административная культура, профессорско-преподавательская культура, управление, доверие

Благодарность. Авторы благодарят всех исследователей, которые в последнее время обратились к проблеме доверия как фактору, в котором увиден основной принцип существования людей, культур, стран и народов в мире глобализации. В работах данных исследователей авторы статьи нашли авторитетную поддержку своих результатов и выводов. Особая благодарность – преподавателям и аспирантам кафедры онтологии, теории познания и социальной философии Томского государственного университета, совместно с которыми была написана монография «Корпоративная культура современного университета: роль в формировании профессиональной и личностной идентичности выпускника» (Томск, 2017).

Для цитирования. Петров Ю. Л., Петрова Г. И. Ценность доверия как «скрепы» корпоративной культуры современного университета // Университетское управление: практика и анализ. 2021. Т. 25, № 1. С. 107–116. DOI 10.15826/umpa.2021.01.008.

THE VALUE OF TRUST AS A «GLUE» OF A MODERN UNIVERSITY'S CORPORATE CULTURE

Yu. L. Petrov^a, G. I. Petrova^b

*^a National Research Tomsk Polytechnic University,
30 Lenin str., Tomsk, 634050, Russian Federation*

*^b National Research Tomsk State University, 36 Lenin str., Tomsk, 634050, Russian Federation;
seminar_2008@mail.ru*

Abstract. The article states the stratification of the university's corporate culture as its traditional cultural base into the institutional and administrative (realizing the «third mission» of the university and bearing the tendency of its transformation into a business corporation) and the culture of the teaching staff (which has preserved the traditional university functions) and culture. There are suggested ways to eliminate this mismatch.

The authors substantiate the role and significance of the ideological attitude of the university's corporate culture to trust as a «glue» of its stratified cultural base, which maintains a balance between the traditional and modern university's mission (the concept of «glue» is suggested by the Russian researcher L. Gudkov, who uses this term to denote a mechanism holding society together into a unity and a whole).

The methodology of conceptual reasoning is based on a sociocultural approach that suggests considering changes of any social institution in the context of responding to the challenge of the globalized world of network structures and market relations. The article identifies the causes and consequences of lacking coordination in the cultural base of the university. Communicative rationality, which, as a style of scientific and philosophical thinking, initiates the construction of modern social ontologies, is proven to be a possible complementarity instrument («glue») of the two university cultures. It is argued that today trust reveals its not only psychological, but also ontological and epistemological significance, orienting both components of corporate culture towards their unity in implementing of the university's research and educational missions together with its «third mission».

The article originally defines the university's corporate culture as focused on the formation of students' trust as a key factor of sparing life in the modern world with its ideological, economic, and political tensions. On this basis, it is proposed to form a university management strategy and to restructure the educational process.

Keywords: university, corporate culture, institutional and administrative culture, teaching staff culture, management, trust

Acknowledgements. The authors thank all researchers who have recently turned to the problem of trust as a factor displaying the basic principle of existing people, cultures, countries and nations in the world of globalization. In these works we found authoritative support for our results and conclusions. We are especially grateful to our co-authors of the monograph «The Corporate Culture of the Modern University: the Role in Formation of the Professional and Personal Identity of the Graduate» – the teachers and graduate students of the Department of Ontology, Theory of knowledge and Social Philosophy (Tomsk State University).

For citation: Petrov Yu. L., Petrova G. I. The Value of Trust as a «Glue» of a Modern University's Corporate Culture. University management: practices and analysis. 2021; 25 (1): 107–116. doi. 10.15826/umpa.2021.01.008. (In Russ.).

Введение

Актуальность предлагаемой статьи обусловливается необходимостью выявить содержательную специфику и функциональное назначение культурной базы современного университета. Генетически и исторически университет возник и развивался на культурной базе корпорации, которая сегодня потеряла единство, оказавшись по своей природе двойственной. Говоря о двойственности культурной базы корпорации, мы имеем в виду ее расслоение (по критерию выполнения университетской миссии) на две культуры – институционально-административную и профессорско-преподавательскую (сюда же относится и студенческая культура)

с их различными функциями. Вывод звучит категорично и радикально, но он основывается на определении корпоративной культуры одним из ведущих исследователей, работающих по данной теме, – Э. Шейном. Понимая под корпоративной культурой «паттерн базовых представлений» [1, 31–32], Шейн говорит тем не менее о трех уровнях культуры, где именно базовые представления являются наиболее глубинными и первичными. Они – «источник ценностей и поступков» [Там же, 36], в них фиксируются сущностное назначение и миссия той или иной организации. В силу того что этот уровень для университета изначально и исторически был представлен образовательной (обучение и исследование) миссией, но сегодня дополнен

не свойственной ему традиционно бизнес-функцией, вполне реально говорить о том, что его корпоративная культура расслоилась. Образовательное назначение сохранилось лишь за профессорско-преподавательской культурой, а культура институционально-административная стала реализовывать себя в другой миссии («третьей миссии» университета) и выполнять другие задачи. Вполне возможно, что это случилось по той причине, что корпоративная культура университета не была в его истории предметом специального исследовательского интереса. Университет возник как корпорация, поэтому все, что было его содержательной работой, рассматривалось в качестве работы и культуры корпоративной. Когда же вопрос о корпоративной культуре приобрел актуальность, он стал разрабатываться для бизнес-экономических организаций (а не для образовательных организаций в целом и не для университета в частности) [2–4]. Очевидно, считалось, что если университет возник как корпорация, то и корпоративная культура должна была быть ему свойственна уже по определению: она виделась в реализации его образовательной и научно-исследовательской миссий. Но сегодня, как уже было сказано, у университета появились еще и экономические задачи – задачи финансового обеспечения данных миссий (бизнес-задачи). А поскольку корпоративная культура в тот момент разрабатывалась именно в этом направлении (как культура экономических организаций), то на него и сориентировалась корпоративная культура университета. Образовательная и научно-исследовательская миссии остались за профессорско-преподавательским составом и, соответственно, осуществлялись как миссии культуры профессорско-преподавательской. Экономическая же миссия стала реализовываться в рамках институционально-административной культуры. Это раскололо целостность корпоративной культуры на профессорско-преподавательскую и институционально-административную. В этом – причина злободневности вопроса о корпоративной культуре университета как его традиционно и исторически общей культурной базе и актуальности задачи исследования причин расслоения этой культурной базы и обоснования возможности взаимодействия обеих ее составляющих в современных условиях.

Проблема, поднимаемая в статье

Противоречивая ситуация в университетской корпоративной культуре обуславливает проблему, которая и привлекла исследовательский интерес авторов статьи. Проблема состоит в том,

чтобы обосновать возможность комплементарного единения составляющих университетской корпоративной культуры – культуры институционально-административной и культуры профессорско-преподавательской. Это могло бы стать релевантным ответом университета на вызовы современного мира – мира глобализации и сетевой коммуникации.

Результаты исследования

Корпоративная культура: определение, роль и значение в истории университета

Решить поставленную проблему поможет краткий экскурс в историю университета.

Формируясь в Средние века, университет имел «корпоративное начало» (*universitas* – переводится как «сообщество», «объединение», «корпорация»), которое характеризовало тогда любое профессиональное объединение (цехи, гильдии, братства), означая собранную воедино множественность людей по виду и специфике их деятельности [5]. Деловые и этические взаимоотношения профессора и студента строились на тех же основаниях, что и взаимоотношения мастера и подмастерья. Университетская корпорация являла собой видовое понятие от общего имени, сложившегося на основе общих школьных (*scholae*) интересов профессоров, студентов и администрации в преподавании и изучении научных знаний (схоластике). В единстве такой множественности университет имел, соответственно, и единую культурную базу – корпоративную культуру.

С одной стороны, единство корпоративной культуры, обособленность и автономию университета сегодня называют одной из причин исторически длительных сроков его существования [6]. С другой стороны, корпоративная организация повлияла на формирование критериальных признаков университета, которые ориентируют на то, чтобы соотнести его с этимологически близким понятием – «универсум». Действительно, университет всегда являлся международным интеллектуальным центром развития культуры, и в этом смысле университетская «корпорация» символизировала культурный «универсум» и интернациональное единство мира и знание о нем в целом. Как международный центр культуры университет был интеллектуальной и самой высокой «точкой трансценденции» [7, 23], в соотношении с которой различные европейские страны сверяли и конструировали свои нормы и идеалы развития.

Акцент на историческом генезисе университета, уходящем в корпоративность и универ-

сальность одновременно, был необходим нам, чтобы сделать вывод о том, что университетские межкультурные связи могли возникать только на базе специфических коммуникативно-этических, социальных и нравственных ценностей – на базе сотрудничества, доверия, объединения и сплоченности. Эти ценности и стали обуславливать особую духовную ауру и функциональную специфику университета, что оформилось как его общая традиция, сводящая административную, профессорско-преподавательскую и студенческую культуры в их единство, где именно доверие стало играть роль скрепляющего начала и нравственного принципа. Образ человека университетского всегда ассоциировался с интеллектом и одновременно – с высоким уровнем духовно-гуманитарной культуры, базирующейся на нравственных нормах, доверии, деловом и повседневном этикете. В России этот феномен получил название «интеллигентность». В формировании интеллекта и интеллигентности большую и несомненную роль играл российский университет.

Особая духовно-нравственная аура университета и доверительные отношения как принцип социальной жизни поддерживались и подкреплялись его эпистемологическим назначением – работой с научным знанием, которое, будучи по своей природе интернациональным, обуславливало необходимость сотрудничества ученых разных национальностей и разных культур и доверия между ними. В период возникновения университета научные знания еще не представляли собой институционализированную форму науки, однако готовили ее уже не только как знание, но и как институт тоже (как институт науки появилась в конце XVI – начале XVII века).

Двойственность культурной базы современного университета

Сегодня традиционно высокая профессорско-преподавательская культура, продолжая классическую традицию служения делу образования, все так же выступает в качестве отличительной характеристики университета, вносит в него «невидимый флюид» высокой духовной жизни [8]. Но современные социокультурные вызовы диктуют корпоративной культуре необходимость приобрести не только образовательные, но и экономические доминанты. Они ориентируют университет на коммодификацию, вхождение в дискурс товарных отношений услуг, маркетинга, прибыли и пр. Такие экономические доминанты вынуждают корпоративную университетскую культуру расслоиться

на профессорско-преподавательскую (за которой сохранились традиционные миссии университета – образовательная и научно-исследовательская) и институционально-административную (задачей которой оказалась приобретенная в последнее время дополнительная «третья миссия», ориентирующая вуз на экономические, материальные, финансовые интересы). Студенческая культура составляет часть культуры профессорско-преподавательской, но, несомненно, испытывает на себе последствия указанного расслоения (из-за недостаточного государственного финансирования, например, сейчас практически невозможен отсев студентов, снизилось качество знаний абитуриентов, студенты вынуждены устраиваться на работу и др.).

Двойственность культурной университетской базы вызывает острые дискуссии, поскольку в связи с кардинальной разнонаправленностью ее составляющих возникает вопрос о настоящем и будущем классического университета. Экономические ориентации институционально-административной культуры, которые фиксируются в категориях рынка, коммерции, стоимости, товара, образовательной услуги и т. п., противоречат университетской классике. Но названная двойственность – это ответ университета на современные социокультурные условия. Сегодня университет не может существовать только в рамках того назначения, которое обязывало его давать социальные и культурные ориентиры развития – нравственно высокие и одновременно экономически прочные в силу университетской (то есть интеллектуальной и интеллигентной) насыщенности знания. Классическая «незабота» университета о пользе знания, ориентация на фундаментальность образования и его высокое назначение не совпадают, как считается в настоящее время, с прагматизмом экономики, рационально настроенной на прибыль. Хотя на самом деле именно в своей фундаментальности образование всегда объективно обосновывало истину прагматики, являя себя в своей «бесполезности» как самое прагматичное и «полезное».

Ориентация на коммерциализацию и прибыль объясняется тем, что в глобализованном мире существует закон конкуренции, и быть конкурентоспособным современному университету, существующему в мировом пространстве, стало жизненно необходимо. Важно, однако, иметь в виду, что раздвоение культурной базы, отход институционально-административной культуры от традиционных ценностей и увлечение ценностями чисто экономического характера, приобретение

университетом признаков бизнес-корпорации и принятие в качестве доминирующих ориентаций ценностей бизнеса и прибыли, формирование у студентов духа предпринимательства и т. п. – все это кардинально противоречит не только духовной атмосфере университета, но и общему духу глобализации. Законы конкуренции, то есть соперничества, а не сотрудничества, противоречат требованиям глобализации как мира, так и университета. Глобальный мир, по определению, может состояться и быть жизнеспособным организмом только в том случае, если народы, культуры и страны сумеют организовать общее бытие на основах сотрудничества и доверия.

Для университета обнаруженное противоречие актуализировано тем, что он оказывается ответственным за подготовку такого профессионала, который понимал бы жизненную ценность доверия и сотрудничества в любой профессиональной деятельности, в национальных и транснациональных компаниях, где ему предстоит работать. И на университет, и в целом на образование как на институты, связанные с формированием и воспитанием человека, способного жить в современном мире, возлагается серьезная ответственность. Будут ли наши выпускники профессионалами, релевантно подготовленными в ценностном отношении к потребностям и вызовам эпохи? Будет ли присутствовать в их духовно-нравственном мире установка на доверие и сотрудничество? Каким типом мышления и какими ценностями они должны владеть как новыми инструментами конструирования современного мира?

***Коммуникативная рациональность
как философский стиль мышления
и инструмент конструирования
комплементарных отношений структур
корпоративной культуры университета.
Онтологическое значение доверия***

Ответ на поставленные выше вопросы может быть получен лишь при условии, что культурная университетская база – корпоративная культура (две ее составляющие) – в ценностном отношении приобретет возможность комплементарного единения. Любое единство возможно лишь при доверии. Поэтому в контексте проблемы, обозначенной в настоящей статье, задача комплементарности может быть решена при условии принятия каждой составляющей корпоративной культуры (институционально-административной и профессорско-преподавательской) идеи доверия и сотрудничества в реализации своего функционального назначения. Такая постановка вопроса

не просто желательна, она жизненно необходима. Действительно, в мире глобализации доверие и сотрудничество становятся не только психологическими принципами жизни, но и приобретают онтологическое значение, объективно характеризую онтологию современной социальности. Что это означает?

Важность духовного настроя при формировании онтологии общества объяснил в свое время М. Вебер: ссылаясь на протестантскую этику, он определил ее как «дух», рождающий частную собственность, несущий индивидуализм, прибыль, накопительство и, в конечном счете, – новый социальный порядок – капитализм [9]. Сам «дух капитализма» М. Вебер объясняет посредством господствующего тогда и санкционируемого философией и наукой типом рационального мышления – научной рациональностью, инструментально-расчетливым разумом.

Однако современный постиндустриальный глобализированный мир может существовать как именно таковой только в том случае, если на смену инструментальной рациональности придет иной тип мышления, в рамках которого будет создаваться и иной социально-политический порядок. Сегодня он формируется, разрабатывается и предлагается в качестве релевантного «пространству потоков» [10] сетевого мира, где индивидуализм и частнособственнический настрой, если они требуются, оказываются сетевыми по характеру [11]. Это значит, что произошла «трансформация социальности»: современной формой социальной онтологии теперь является коммуникативный процесс «пространства потоков» и связи сетевого общества. Коммуникация и взаимодействие стали объективной формой бытия, онтологией мирового пространства, а не просто психологическим нравственно-ценностным и желательным принципом жизни. В качестве релевантного обоснования коммуникативной онтологии современного социального мира К.-А. Апель, Ю. Хабермас, В. Тюпа и др. предлагают выстраивать его онтологические картины на основе дискурса – дискурсивные (коммуникативные) онтологии. Дискурс же предполагает обязательное взаимопонимание [12], которое, в свою очередь, возникает только на основе доверия. Следовательно, доверие тоже приобретает онтологическое значение. К.-О. Апель говорит, например, о необходимости доверительного сократического разговора с оппонентами; и если такой разговор не получается, то надо исследовать причины нарушения подпочвы исходного согласия. В этом случае следует обратиться к «психологии языка или психолингвистике, социологии языка

или социолингвистике, языковой антропологии или "мета-лингвистике", языковой герменевтики или семантике текста и т. д.» [13, 237]. Доверие относится к одной из перечисленных сфер знания, которые уточняют единую, рационально открытую истину ее дополнительными смысловыми иррационально-герменевтическими значениями. Современная трансформация философии, считает К.-О. Апель, состоит в том, что она ориентирована не на единую истину, которая в обществе, состоящем из людей разного интеллектуального и психоэмоционального уровня, разных культур и национальностей, становится невозможной, а на множество смысловых выражений этой истины в языке. Современная философия языка видит язык в его способности создать идеальное коммуникативное сообщество, основанное на взаимответственности и доверии как эмпирическом априори, всегда существующем в дискурсивной онтологии [14, 15].

Сходные идеи высказывает и Ю. Хабермас [16, 17], разрабатывая теорию коммуникативного действия, базирующуюся на этике дискурса, которая по определению предполагает доверие в коммуникативном сообществе. Коммуникативная рациональность как стиль мышления способствует конструированию коммуникативной онтологии социокультурной реальности на основе этических принципов взаимоотношения людей, культур и народов, инициирует и утверждает доверие в качестве ключевой не только этической, но и онтологической категории.

Таким образом, доверие и сотрудничество, на основе которых в глобальном информационном сетевом обществе только и возможна коммуникация как онтология современной социальности, выходят из категориального ряда лишь психологических категорий и становятся категориями онтологическими. То и другое являет себя ключевыми онтологическими характеристиками мира, в котором живет современный университет, призванный показать и подготовить студента к его (мира) особенностям, сориентировать на те ценности, которые этот мир востребовал, то есть сориентировать на доверие и сотрудничество людей, социальных институтов и культур.

Доверие и сотрудничество как ключевые эпистемологические характеристики современной науки и образования

Подобные – коммуникативные – трансформации претерпевает и современное научное знание (как предмет, с которым работает университет). Современное научное знание тоже

приобретает коммуникативную онтологию, включаясь в общий коммуникативный процесс и испытывая воздействие всех социальных трансформаций и изменения той философской оптики, с помощью которой оно сегодня конструируется. В ракурсе современного (коммуникативного) стиля рационально-философского мышления образ современной науки существенно отличается от ее классического образа. Отличия касаются введения в содержание научного знания эмоционально-чувственных структур. Доверие – одна из ключевых структур такого рода. Это важно подчеркнуть в связи с тем, что новое видение науки полагает необходимым следующее: современный университет как в своей корпоративности, так и в образовательной миссии должен ориентироваться на подготовку выпускника-профессионала, обладающего интеллектом не холодным и расчетливым, но чувственно, эмоционально привитым. Доверие в этом смысле является ключевой «прививкой». Именно в этом «повороте» К.-О. Апель увидел современные «трансформации философии» [13]. В логике нашей статьи важно раскрыть значение названного «поворота» для формирования корпоративной культуры современного университета.

Приведем некоторые аргументы, поясняющие «раскрепощение» современной науки от строгих логико-методологических рамок классической научной рациональности.

Аргумент 1. Современный стиль философской и научной рациональности изменился в том отношении, что в познании наряду с рассудочным (по Канту) суждением учитывается и эпистемологическая роль «материальных априорий» (М. Шелер) [18]: априорий радости, любви, ненависти, воли и т. п., источником которых являются духовная жизнь и чувственный уровень познания. Современный разум нередко и называют поэтому эмоциональным интеллектом [19].

О подобного рода трансформациях разума первым заговорил М. Полани: еще в XX веке он ввел в структуру познания категорию веры и доверия к показаниям органов чувств как «доверия к своим возможностям» [20, 326]. Этот английский философ-постпозитивист утверждает, что без доверия к чувствам, которые непосредственно соприкасаются с объективным миром, логика и рациональные суждения становятся бессильными. На этом основании он категориально обогащает структуру научного познания такими понятиями, как «неявное знание», «самоотдача» [Там же, 312] в познании, «неартикулированный интеллект» [Там же, 106], «понимание

логических операций» [Там же, 172], «страстность научного познания» [Там же, 193], «личностное вживание в теорию», «молчащее знание и мышление» [Там же, 136], «интеллектуальное удовлетворение как критерий усиления объективности» и др. [Там же, 2]. М. Полани считает, что все эти понятия выражают личностную сторону познавательной деятельности и отражают доверие к чувствам, которым предмет познания дается в первую очередь. «Я показал, что в каждом акте познания присутствует страстный вклад познающей личности и что эта добавка – не свидетельство несовершенства, но насущно необходимый элемент знания. Вокруг этого центрального факта я попытался создать систему согласованных взглядов, которых я искренне придерживаюсь и для которых не вижу никаких приемлемых альтернатив» [Там же, 19]. Доверие возникает не только и, может быть, не столько как результат рационально-логических операций сознания, сколько вследствие интуиции, влияния критериев красоты знания, навыков научной деятельности и пр. – все это является иррациональным основанием логических форм науки. В этом смысле можно сделать вывод о том, что холодный рационализм современной науки, унаследованный от эпохи Просвещения, и установки «не плакать и не смеяться» (Спиноза) становятся сегодня не релевантными. К научному знанию такого рода возникает недоверие, поскольку в XX–XXI веках оно показало себя в ряде далеко не гуманистических последствий (открытие новых видов атомного, бактериологического, водородного оружия, ненадежные АЭС, грозящие тотальным контролем цифровые технологии и пр.).

Чуть выше нами был сделан вывод относительно того, что доверие сегодня видится не только психологической, но и онтологической категорией. Теперь можно продолжить это рассуждение в фокусе специфики современной науки и эпистемологии. Доверие в сфере современной науки показывает себя уже не только в сфере психологии и онтологии, но и в сфере эпистемологии тоже. Наделение доверия онтологическим и эпистемологическим (когнитивным) значением и необходимость доверия как в научном познании, так и в образовательной деятельности являются ответом на вызов глобализованного мира и специфики современного научного знания.

Подобного рода онтологические и эпистемологические трансформации инициируют необходимость включения университета в решение вопроса относительно формирования доверия в качестве мировоззренческой установки

студента – будущего профессионала, которому предстоит жить в условиях современной науки. Проблема состоит в том, чтобы на решение этого вопроса комплементарно активизировать обе названные структуры его культурной базы.

Аргумент 2. Второй аргумент (и его следствия для трансформаций корпоративной культуры университета) состоит в том, что сама специфика современной социальной реальности диктует новый образ науки – не только как научного знания, но и как научной деятельности. Это тоже обязывает университет в его ориентации на подготовку нового профессионала. Дело в том, что характерные черты современной социальной реальности («текучесть», «ризомность», коммуникативность, сетевой характер и пр.), будучи референтом науки, не дают возможности этой социальной реальности быть познаваемой (как это было в случае классической науки) отдельным индивидуальным субъектом. Современная наука – это совокупная коммуникация субъектов, практик, процедур. Это совместная деятельность, что обусловлено сложностью динамичного, неустойчивого и непредсказуемого в своих изменениях объекта познания. Знание относительно «текучей» реальности не выражает себя одной стабильной истиной, оно предстает как отражение гетерогенности истин, как возможность разных смысловых интерпретаций. Деконструкция метафизического центра науки и отсутствие социального центра в «ризмной» социальности, представленной не линейными и строго логичными взаимосвязями, а развитыми сетевыми структурами, требуют взаимодействия субъектов научного сообщества, допускающего свободу персонального конструирования и толкования, к которому оно (общество) обязано прислушиваться на основах доверительного отношения. Таким образом, современная наука и как знание, и как деятельность организуется и развивается на основах коммуникации, где становится необходимым принцип доверительного разума.

Вывод, который следует из представленного нами анализа специфики современной социальной реальности и современной науки и который может быть важен для выявления специфического характера корпоративной культуры современного университета, состоит в том, что ее содержание в условиях глобализованного сетевого мира должно основываться на идеях корпоративности, единения, сотрудничества, взаимопонимания. Все это предполагает необходимость поисков в университетской жизни и университетском управлении ресурсов

для формирования доверия и сотрудничества в их не только психологическом, но и социально-онтологическом и эпистемологическом значении. В самом деле, умение сотрудничать становится жизнесохраняющим фактором и в плане социальном (снятие всякого рода напряжения между народами, людьми и культурами), и в плане усвоения и приобщения к сложностям современного транс- и междисциплинарного знания.

Сотрудничество – это материализация доверия. Как таковое оно тоже имеет и онтологическое, и эпистемологическое значение. Поэтому корпоративная культура любой организации, и университета в том числе, в своей релевантности этому миру может быть только культурой сотрудничества. В отношениях современной социальности и современной науки сотрудничество противостоит конкуренции как соперничеству во взаимодействиях людей и организаций. Этику сотрудничества, взаимопонимания и доверия М. Кастельс [10] называет «духом информатизма», Р. Вердербер [21] – способом поиска взаимно удовлетворяющих решений, Ю. Хабермас – «коммуникативным действием» [16]. Все определения являются развитием учения М. Вебера о «духе капитализма» применительно к современному обществу. Заслуга же современных авторов состоит в том, что ими делается особый акцент на факторах доверия и сотрудничества, которые рассматриваются не только в их духовно-психологическом и эмоциональном воздействии на порядок и характер социально-политического и экономического режима, но и в онтологическом и эпистемологическом значении. Доверие и сотрудничество сегодня – это категории бытия, обуславливающие необходимость их признания и учета человеком как жизненесущих и жизнесохраняющих. Это – ключевые характеристики современного мира, и они делают вызов (антропологический и социальный) образованию – университету: готовить релевантного человека и профессионала, способного сохранить этот мир и жить в нем.

Заключение и выводы

Итак, мы обосновали роль и значение мировоззренческой установки корпоративной культуры университета на доверие как «скрепы» его расслоенной культурной базы, сохраняющей баланс между традиционной университетской миссией и миссией современной. Помимо этого мы попытались реализовать еще и сверхзадачу – инициировать работу по созданию философской

концепции корпоративности, на основе которой могла бы выстраиваться современная стратегия университетского управления. Для решения этой сверхзадачи акцент ставился на том, что вопрос о специфике корпоративной культуры любой организации (и современного университета в том числе), о ее жизненесущем и жизнесохраняющем значении настолько актуален, что требует философского обоснования и философского взгляда. Именно поэтому мы уделили внимание философским (онтологическим и эпистемологическим) характеристикам корпоративной культуры. Таковыми являются доверие и сотрудничество, причем не столько в их психологическом значении, сколько в философском обосновании. Философия корпоративности видит в доверии и сотрудничестве архе современной корпоративной культуры. Отвечая духу времени, это архе, однако, не является властно, однозначно и однолинейно «держущим» корпоративную культуру в статичном состоянии. Напротив, философия корпорации сегодня ориентирована на динамику, коммуникацию и процессуальность. Это дает университету возможность выстраивать релевантно духу времени собственную миссию и стратегию управления, а также определять пути и приоритеты дальнейшего развития. Философия университета как корпорации содержит в качестве универсальных приоритетов обоснование стратегии не на получение прибыли, «изымаемой» из мира, а на то, *что* университет отдает обществу, чему он может служить, выполняя свою традиционную миссию образования человека. Развитие корпоративной философии (философии корпоративности) – задача современных исследователей корпоративной культуры как университета, так и других организаций.

Выводы данной статьи касаются констатации и обоснования расслоения культурной базы современного университета. Но главное состояло в том, чтобы найти и разработать возможности комплементарного консенсуса (не единства, но консенсуса) культур, ее составляющих (институционально-административной культуры и культуры профессорско-преподавательской), в реализации основной, традиционно свойственной университету миссии и сущностной характеристики. В качестве инструмента создания такой культурной базы предложена коммуникативная рациональность – новый тип философского мышления, пришедший на смену классической научной рациональности и иницирующий конструирование новой социальной и научной реальности. Коммуникативная рациональность – это тот инструмент, с помощью которого может быть создана современная

культурная база университета, позволяющая готовить профессионала, способного жить и служить своему профессиональному делу в условиях трансформированного глобализацией мира. Такую возможность дают вплетенные в ее содержание структуры доверия и сотрудничества. Неся с собой возможности чувственно-эмоционального отношения к миру и к культуре взаимодействия людей, эти структуры позволяют корпоративной культуре университета не редуцировать свое отношение к миру, ограничиваясь только его экономическо-финансовой стороной. Такую культуру следует назвать коллаборативной корпоративной культурой – культурой сотрудничества. На ее основе может выстраиваться стратегия управления современным университетом. Соответствующим образом проработанные морально-психологическая сторона социального взаимодействия и этика социальных отношений, основанные на доверии и сотрудничестве, образуют ядро коллаборативной культуры и являют себя гуманитарным вниманием к человеку, к культурным, национальным, конфессиональным и прочим различиям.

Список литературы

1. Шейн Э. Х. Организационная культура и лидерство. Санкт-Петербург : Питер, 2002. 336 с.
2. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. Москва ; Санкт-Петербург : Питер, 2004. 831 с.
3. Виханский О. С., Наумов А. И. Менеджмент. Москва : Экономистъ, 2003. 528 с.
4. Камерон К. С., Куинн Р. Э. Диагностика и изменение организационной культуры. Санкт-Петербург : Питер, 2001. 320 с.
5. Хачатурян Н. А. Феномен корпоративизма // Общности и человек в средневековом мире. Москва ; Саратов : ИВИ РАН, 1992. С. 17–23.
6. Куренной В. Университетская корпорация // Журнальный зал : [сайт]. URL: <https://magazines.gorky.media/nz/2006/4/universitetskaya-korporaciya.html> (дата обращения: 27.12.2020).
7. Вахштайн В. С. Метафоры и метаморфозы университета // ИНТЕРЛОС : [сайт]. URL: <http://www.intelros.ru/pdf/Kultivator/3/2.pdf> (дата обращения: 08.01.2021).
8. Ясперс К. Идея университета // ABUSS : [сайт]. URL: http://abuss.narod.ru/study/su/jaspers_university.htm (дата обращения: 08.01.2021).
9. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма // Вебер М. Избранные произведения. Москва : Прогресс, 1990. С. 61–272.
10. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура // Библиотека Гумер – Политология : [сайт]. URL: <https://www.gumer.info/bibliotek-Buks/Polit/kastel/index.php> (дата обращения: 08.01.2021).
11. Кастельс М. Галактика Интернет : Размышления об Интернете, бизнесе и обществе // Библиотечно-информационный комплекс Финуниверситета – Library of Financial University under the Government of the Russian Federation : [сайт]. URL: <http://www.library.fa.ru/files/Kastels.pdf> (дата обращения: 08.01.2021).
12. Тюпа В. И. Архитектоника коммуникативного события (к первоосновам коммуникативной дидактики) // Дискурс. 1996. № 1. С. 30–39.
13. Апель К.-О. Трансформация философии. Москва : Логос, 2001. 344 с.
14. Карл-Отто Апель: идея трансцендентальной прагматики // Студми. Учебные материалы для студентов : [сайт]. URL: https://studme.org/184802/filosofiya/karl_otto_apel_ideya_transtsendentalnoy_pragmatiki (дата обращения: 08.01.2021).
15. Ситникова Е. И. Трансцендентально-герменевтическая концепция языка // CORE : [сайт]. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197428179.pdf> (дата обращения: 09.01.2021).
16. Хабермас Ю. Теория коммуникативного действия // Вопросы социальной теории. 2007. Т. 1, вып. 1. С. 229–245.
17. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. Санкт-Петербург : Наука, 2001. 382 с.
18. Шелер М. О предательстве радости // Человек. 2016. № 4. С. 100–102.
19. Гоулмен Д. Эмоциональный интеллект. Почему он может значить больше, чем IQ. Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2020. 544 с.
20. Полани М. Личностное знание: На пути к посткритической философии. Москва : Прогресс, 1985. 345 с.
21. Вердербер К. Психология общения // Учебно-методическая литература для учащихся и студентов. Студенческие работы, курсовые, контрольные, рефераты, ГДЗ : [сайт]. URL: https://www.studmed.ru/verderber-psihologiya-obscheniya_4d320fa827f.html (дата обращения: 10.01.2021).

References

1. Schein E. H. Organizatsionnaya kultura i liderstvo [Organizational Culture and Leadership], Saint Petersburg, Piter, 2002, 336 p. (In Russ.).
2. Armstrong M. Praktika upravleniya chelovecheskimi resursami [A Handbook of Human Resource Management Practice], Moscow, Saint Petersburg, Piter, 2004, 831 p. (In Russ.).
3. Vikhansky O. S., Naumov A. I. Menedzhment [Management], Moscow, Ekonomist, 2003, 528 p. (In Russ.).
4. Cameron K. S., Quinn R. E. Diagnostika i izmenenie organizatsionnoi kultury [Diagnosing and Changing Organizational Culture], Saint Petersburg, Piter, 2001, 320 p. (In Russ.).
5. Khachatryan N. A. Fenomen korporativizma [The Phenomenon of Corporatism]. *Obshchnosti i chelovek v srednevekovom mire* [Communities and Man in Medieval World], Moscow, Saratov, Institute of World History RAS, 1992, pp. 17–23. (In Russ.).
6. Kurennoi V. Universitetskaya korporatsiya [University Corporation], available at: <https://magazines.gorky.media/nz/2006/4/universitetskaya-korporaciya.html> (accessed 27.12.2020). (In Russ.).

7. Vakhshayn V. S. Metafory i metamorfozy universiteta [Metaphors and Metamorphoses of the University], available at: <http://www.intelros.ru/pdf/Kultivator/3/2.pdf> (accessed 08.01.2021). (In Russ.).
8. Jaspers K. Ideya universiteta [The Idea of the University], available at: http://abuss.narod.ru/study/su/jaspers_university.htm (accessed 08.01.2021). (In Russ.).
9. Weber M. Protestantskaya etika i dukh kapitalizma [The Protestant Ethics and the Spirit of Capitalism]. In: Weber M. *Izbrannye proizvedeniya* [Selected Words], Moscow, Progress, 1990, pp. 61–272. (In Russ.).
10. Castells M. Informatsionnaya epokha: ekonomika, obshchestvo i kul'tura [The Information Age: Economy, Society and Culture], available at: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/index.php (accessed 08.01.2021). (In Russ.).
11. Castells M. Galaktika Internet: Razmyshleniya ob Internete, biznese i obshchestve [The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business and Society], available at: <http://www.library.fa.ru/files/Kastels.pdf> (accessed 08.01.2021). (In Russ.).
12. Tyupa V. I. Arkhitektonika kommunikativno-go sobytiya (k pervoosnovam kommunikativnoi didaktiki) [Architectonics of a Communicative Event (On the Fundamental Principles of Communicative Didactics)]. *Diskurs* [Discourse], 1996, nr 1, pp. 30–39. (In Russ.).
13. Apel K.-O. Transformatsiya filosofii [Towards a Transformation of Philosophy], Moscow, Logos, 2001, 344 p. (In Russ.).
14. Karl-Otto Apel': ideya transtsendental'noi pragmatiki [Karl-Otto Apel: The Idea of Transcendental Pragmatics], available at: https://studme.org/184802/filosofiya/karl_otto_apel_ideya_transtsendentalnoy_pragmatiki (accessed 08.01.2021). (In Russ.).
15. Sitnikova E. I. Transtsendental'no-germenevticheskaya kontseptsiya yazyka [Transcendental Hermeneutic Concept of Language], available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/197428179.pdf> (accessed 09.01.2021). (In Russ.).
16. Habermas J. Teoriya kommunikativnogo deistviya [The Theory of Communicative Action]. *Voprosy sotsial'noi teorii* [Questions of Social Theory], 2007, vol. 1, iss. 1, pp. 229–245. (In Russ.).
17. Habermas J. Moral'noe soznanie i kommunikativnoe deistvie [Moral Consciousness and Communicative Action], Saint Petersburg, Science, 2001, 382 p. (In Russ.).
18. Scheler M. O predatel'stve radosti [The Betrayal of Joy]. *Chelovek*, 2016, nr 4, pp. 100–102. (In Russ.).
19. Goleman D. Emotsionalnyi intellekt. Pochemu on mozhet znachit' bol'she, chem IQ [Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ], Moscow, Mann, Ivanov i Farber, 2020, 544 p. (In Russ.).
20. Polanyi M. Lichnostnoe znanie: Na puti k postkriticheskoj filosofii [Personal Knowledge: Towards Post-Critical Philosophy], Moscow, Progress, 1985, 345 p. (In Russ.).
21. Verderber K. Psikhologiya obshcheniya [Psychology of communication], available at: https://www.studmed.ru/verderber-r-psikhologiya-obscheniya_4d320fa827f.html (accessed 10.01.2021). (In Russ.).

Рукопись поступила в редакцию 23.01.2021
Submitted on 23.01.2021

Принята к публикации 12.03.2021
Accepted on 12.03.2021

Информация об авторах / Information about the authors

Петров Юрий Львович – аспирант отделения социально-гуманитарных дисциплин, Национальный исследовательский Томский политехнический университет; +7 913 851-03-03; creapp2010@mail.ru; ORCID0000-0002-1094-3286.

Петрова Галина Ивановна – доктор философских наук, профессор кафедры онтологии, теории познания и социальной философии, Национальный исследовательский Томский государственный университет; +7 913 840-84-37; seminar_2008@mail.ru; ORCID0000-0003-1591-2080.

Yuri L. Petrov – Postgraduate of Department of Social Sciences, National Research Tomsk Polytechnic University; +7 913 851-03-03; creapp2010@mail.ru; ORCID0000-0002-1094-3286.

Galina I. Petrova – Dr. hab. (Philosophy), Professor, Department of Ontology, Theory of Knowledge and Social Philosophy, National Research Tomsk State University; +7 913 840-84-37; seminar_2008@mail.ru; ORCID0000-0003-1591-2080.

